

地方高校基层党建特色品牌建设路径研究——以师范学院为例

田雪腾

衢州学院教师教育学院，浙江衢州，324000；

摘要：新时代背景下，地方高校基层党建面临同质化严重、长效性不足、认同度不高等现实困境。本文以Q学院师范学院为研究样本，结合品牌学理论与基层党建实践，探讨地方高校基层党建特色品牌建设的内在逻辑与实践路径。研究发现：地方高校需以“特色凝练”为核心，通过问题聚焦-特色定位-机制保障-成效辐射四步路径，实现党建与业务的深度融合；师范类院校可依托“师德养成”特色，构建“教育实践+思想引领”的品牌体系，推动基层党建从“形式覆盖”转向“质量提升”。本文为地方高校基层党建品牌化建设提供了实证参考，也为同类型院校提供了可复制的实践经验。

关键词：地方高校；基层党建；特色品牌；师范学院；路径研究

DOI：10.64216/3080-1486.26.02.092

习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上强调：“高校基层党组织是党在高校全部工作和战斗力的基础，要推动基层党建与高校事业发展深度融合。”近年来，随着“党建品牌化”理念在高校普及，基层党建逐渐从“任务驱动”转向“品牌引领”。然而，地方高校基层党建品牌建设普遍存在“特色不彰”“融合不足”“长效性弱”等问题。以师范学院为例，部分院校党建活动局限于理论学习、志愿服务等形式，与师范生培养、教师专业发展、基础教育服务等核心业务结合不紧密；品牌定位趋同，缺乏基于学校历史传统、地域文化、教育特色的差异化设计。因此，探索师范学院基层党建特色品牌的建设路径，具有重要的理论价值与实践意义。

1 地方高校基层党建特色品牌建设的理论逻辑与现实需求

1.1 理论逻辑：品牌学与基层党建的融合

品牌学核心是“差异化价值创造”——通过独特定位、持续输出价值，形成识别度高的符号。基层党建品牌化的本质，是将党建工作的政治属性与服务属性转化为可感知的价值符号：一方面，党建品牌需体现党的教育方针，传递“为党育人、为国育才”的核心价值；另一方面，需结合高校实际，满足师生对“有温度、有实效”党建的需求。

1.2 现实需求：新时代地方高校党建的使命

地方高校承担着为区域培养应用型人才的重任，其基层党建需回应三大需求。政治需求：巩固党在高校的领导地位，将党的教育方针融入人才培养全过程；育人需求：通过党建引领，培养“有理想信念、有道德情操”的师范生；发展需求：以品牌建设提升支部凝聚力，推动学院事业高质量发展。以Q学院师范学院为例，其作为地方师范教育的“基层堡垒”，需解决两大痛点：一是如何将“师范特色”融入党建，避免“千篇一律”；二是如何让党建活动真正吸引师生，而非“应付任务”。

2 地方高校基层党建特色品牌建设的现状审视——以师范学院为例

2.1 调研设计与实施

为精准把握基层党建品牌建设的痛点，本研究采用问卷调查+深度访谈法。对Q学院师范学院120名师生党员（教师党员40名，学生党员80名）开展问卷调查；对支部书记、学院党建负责人、普通师生代表（共15人）进行深度访谈。

2.2 存在的问题分析

调研结果显示，地方高校基层党建品牌建设主要存在以下问题：

2.2.1 定位模糊：同质化严重

68%的受访者表示，“支部品牌与其他支部区分度不高”，部分支部将“理论学习”“志愿服务”作为品牌，未

结合师范专业特色。例如，某支部品牌为“红色先锋”，但活动仅为“参观纪念馆”“读党章”，缺乏独特性。

2.2.2 机制缺失：长效性不足

55%的教师党员反映，“品牌活动依赖‘运动式’开展，缺乏持续推进的动力”。部分支部因缺乏资金、人员保障，品牌活动在“申报期”热闹，后期逐渐停滞。

2.2.3 参与感弱：认同度不高

72%的学生党员认为，“党建活动形式单一，与自身专业无关”。例如，传统“党课”以“老师讲、学生听”为主，学生被动参与，难以产生共鸣。

2.2.4 辐射有限：影响力不大

仅40%的受访者表示，“知道学院有其他支部的品牌”，品牌宣传多停留在“院内通知”，未形成区域影响力。

3 地方高校基层党建特色品牌建设的关键维度

基于现状问题，地方高校基层党建特色品牌建设需聚焦四大关键维度：

3.1 独特性：立足自身特色的定位

品牌的核心是“差异化”，地方高校基层党建品牌需“贴紧专业、服务育人”。例如，师范学院的“师德养成”品牌，紧扣“师范教育”主业，将党建与“培养未来教师”结合，定位清晰且有辨识度。定位需遵循“三结合”原则：结合区域需求——服务地方基础教育，将“师德”与“乡村教育”结合；结合专业特色——依托师范类专业优势，将“党建”与“师范技能”结合；结合师生需求——关注教师“师德提升”与学生“师德启蒙”的双重需求。

3.2 长效性：健全保障机制

品牌建设需“久久为功”，需构建“制度+人员+资金”三位一体的保障体系：

1.制度保障：制定《支部品牌建设管理办法》，明确品牌目标、责任分工与考核标准；

2.人员保障：成立“品牌建设小组”，由支部书记牵头，吸收优秀党员教师、学生骨干参与；

3.资金保障：争取学院党建经费支持，设立“品牌建设专项基金”，用于活动开展与宣传。

3.3 认同度：强化参与体验

品牌认同需从“被动接受”转向“主动参与”，可通过“场景化、互动化”活动设计实现。针对教师党员，可以

开展“师德标兵评选”“我的教育故事分享会”，将师德教育融入日常；针对学生党员，可以打造“师范生师德实训营”，通过“模拟授课+师德点评”“乡村支教实践”，让学生在实践中感悟师德；针对全体师生，可以设计“师德打卡”小程序，记录参与品牌活动的情况，形成“积分兑换”激励机制。

3.4 影响力：扩大宣传辐射

品牌影响力需从“院内”走向“区域”，可通过“线上+线下”融合宣传。线下可以举办“师德论坛”，邀请地方中小学优秀教师、校友分享经验；制作“品牌故事册”，展示支部党员的师德案例；线上可以开通“师德养成”微信公众号，发布品牌活动动态、师德感悟；与地方教育媒体合作，宣传支部的“乡村支教”“留守儿童辅导”等公益活动。

4 地方高校基层党建特色品牌建设的实践路径——以师范学院“师德养成”品牌为例

Q学院师范学院以“师德养成”为核心打造党建品牌，形成“四步实践路径”：

4.1 第一步：问题导向，聚焦品牌建设痛点

学院通过“三查三问”梳理问题，查支部建设，发现部分支部活动形式单一，与师范专业脱节；查师生需求，通过问卷、访谈了解师生对“师德教育”的真实需求；查区域资源，对接衢州本地中小学，了解基础教育对“师德”的需求。最终明确品牌定位——“以党建为引领，培养‘有师德、有技能’的师范人才”。

4.2 第二步：特色凝练，构建“三维”品牌体系

结合师范特色，构建“理念-行为-视觉”三维品牌体系。在理念层，提出“师德立身、师范立校”的品牌理念，将“为党育人”与“为地方育师”结合；在行为层，设计三大系列活动，包括“师德传承”：开展“老党员教师-青年教师-师范生”结对，传承师德精神；“师德实践”：组织“乡村教育调研”“留守儿童辅导”，让师范生在实践中践行师德；“师德先锋”：评选“每月师德之星”，宣传党员教师的优秀事迹；在视觉层，设计品牌LOGO（融合“师范生”与“党徽”元素），制作品牌手册与宣传海报。

4.3 第三步：机制保障，推动品牌持续发展

学院出台《师范学院党建品牌建设实施细则》，建立责任机制，支部书记为第一责任人，支部委员分工负

责活动策划、宣传、考核；建立考核机制，将品牌建设纳入支部年度考核，占比20%；将党员参与品牌活动情况纳入民主评议；建立保障机制：每年划拨1万元“品牌建设专项经费”，用于活动开展、宣传与奖励。

4.4 第四步：成效显著，从品牌打造到示范引领

经过一年实践，“师德养成”品牌取得显著成效。在支部建设方面，师范学院67%的学生党支部获评为学校“样板支部”；在师生认同方面，调研显示，师生对品牌的认知度从35%提升至82%，参与率从45%提升至78%；在社会影响方面，与社区、村庄结对共建，开展“师范生支教”活动，开展各类志愿活动58次，服务留守儿童200余人次。

5 结论与展望

5.1 研究结论

地方高校基层党建特色品牌建设需“立足特色、聚焦问题、长效保障、扩大影响”。特色是品牌的“灵魂”，需结合专业与区域需求；问题是品牌的“导向”，需通过调研精准定位痛点；机制是品牌的“保障”，需健全制度、人员与资金体系；影响力是品牌的“价值”，需扩大宣传辐射，服务社会发展。

5.2 实践启示

对地方高校而言，基层党建品牌化不是“面子工程”，需与人才培养、事业发展深度融合。对师范类院校而言，“师德养成”是天然的党建品牌切入点，可将党建与师范教育结合，实现“党建强、育人优”。对其他党支部而言，可借鉴“四步路径”（问题聚焦-特色定位-机制保障-成效

辐射），打造符合自身实际的品牌。

5.3 未来展望

师范学院将继续深化“师德养成”品牌建设，拓展“师德实践”范围，与更多地方中小学合作；加强“数字赋能”，利用VR技术打造“线上师德教育基地”；推动“品牌输出”，将经验分享给其他地方高校支部。

参考文献

- [1] 习近平. 在全国高校思想政治工作会议上的讲话[M]. 北京: 人民出版社, 2016.
- [2] 陈宝生. 新时代高校党建工作的使命与担当[J]. 中国高等教育, 2021(21): 4-8.
- [3] 郭海育, 鲁敏, 雷振海. 高校党建工作中的品牌创建及提升路径研究[J]. 华北理工大学学报(社会科学版), 2022, 22(02): 146-150.
- [4] 盖守双, 王晓艳. 新时代高校基层党建工作品牌化建设路径研究[J]. 辽宁师专学报(社会科学版), 2022(05): 87-90.
- [5] 王平宇. 高校基层党支部党建品牌建设探索与实践[J]. 南昌工程学院学报, 2022, 41(05): 100-101.
- [6] 郎金花. 高校基层党建特色品牌建设路径研究[J]. 大学, 2023(16): 89-92.

作者简介：田雪腾（1995—），女，汉族，河南周口人，硕士研究生，助教，研究方向：思想政治教育。
基金项目：2024年衢州学院基层党建研究课题“地方高校基层党建特色品牌建设路径研究-以师范学院为例”（项目编号：2024DJB05）